

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - كلية الإعلام و الإتصال

مؤتمر وسائل التواصل الإجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية

الفترة من ١٩ - ٢٠ / ٥ / ١٤٣٦ هـ

الموافق ١٠ - ١١ / ٣ / ٢٠١٥ م

العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الإجتماعي:  
الخصوصية والمهنية ( دراسة مقارنة )

اعداد الدكتور جلال الدين الشيخ زيادة

استاذ مشارك جامعة الطائف - كلية الأداب - قسم الاعلام وعلوم الإتصال

يناير ٢٠١٥ م - ربيع أول ١٤٣٦ هـ

مستخلص البحث باللغة العربية

- يهدف هذا البحث مستخدماً منهج التحليل الوصفي المقارن . تناول العلاقة بين وسائل الإعلام الجماهيري التقليدي (الصحافة المطبوعة والاذاعة والتلفزيون ) وشبكات التواصل الاجتماعي في الانترنت ورصد التأثيرات المتبادلة بينهما من خلال عدة متغيرات ومعايير يمكن تلخيصها على النحو الآتي:
- ١- من حيث الخلفية النظرية لعلوم الاتصال لاسيما نظرية الشبكة الفاعلة لمارشال ماكلوهان ٢- من حيث الالتزام بحماية الخصوصية والمعايير المهنية في نشر الأخبار.
  - ٣- من حيث الاندماج والاستقلالية .
  - ٤- من حيث الاساليب التحريرية .
  - ٥- مستقبل الاعلام التقليدي بين التكيف مع البيئة الجديدة او التلاشي .
- وقام الباحث بعرض ادبيات البحث مع التركيز على معايير الخصوصية في أهم شبكات التواصل الاجتماعي وتحديداً الفيس بوك وتويتر ويوتيوب.
- وخرج البحث بعدة نتائج أهمها : -
- ١- نجاح الاعلام التقليدي في التكيف مع ثورة الاتصال الرقمي واندمج فيها .
  - ٢- لازالت هنالك حاجة ماسة لحماية الخصوصية الشخصية والتقاليد المهنية في شبكات التواصل الاجتماعي.
  - ٣- تفوق الاعلام الرقمي و شبكات التواصل الاجتماعي على الاعلام التقليدي .

## Abstract

This research at using the descriptive approach to comparative analysis. Address the relationship between the means of the traditional mass media (print, radio and television), and social networks on the Internet and monitor the mutual influences between them through several variables and criteria can be summarized as follows:

- The terms of the theoretical background of Communication Sciences especially active network theory to Marshall McLuhan
- in terms of the obligation to protect the privacy and professional standards in the dissemination of news.
- The terms of integration and independence.
- The terms of tactics editorial.
- The future of the traditional media between adaptation to the new environment or fading.

The researcher presented the research literature with a focus on privacy standards in the most important social networks, specifically Facebook and Twitter and YouTube.

The researcher find out the results, including- :

- Traditional media has succeeded in adapting to the digital communication revolution and merged them.
- There is still an urgent need to protect the privacy of personal and professional traditions in social networks.
- superiority of digital media on the social networking on traditional media networks.

## مقدمة منهجية

يحاول هذا البحث معتمدا على منهج التحليل الوصفي المقارن استجلاء اوجه الشبه والاختلاف بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد على شبكات التواصل الاجتماعي مركزا على بعد هام من ابعاد تقاليد المهنة الاعلامية المرعية في الاعلام التقليدي وهي المعايير والاخلاقيات المرتبطة بالمهنة ومدى حمايتها والالتزام بها في شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما خصوصية الافراد المرعية في التشريعات السماوية والمواثيق الدولية.

## الدراسات السابقة وادبيات البحث

١ - دراسة جوست فان لرون ، تكنولوجيا الاعلام : روى نقدية ٢٠٠٩ : ١

يرى الباحث ان التحليل الكافي للاتصال لاسيما في الاتصال الرقمي وتكنولوجيا المعلومات يجب ان يبدأ من الوسيط أي من الطرف الاخر المعاكس كما عبر عنه ماكلوهان ١٩٦٤ ( الوسيط هو الرسالة ) ويعتقد ان نظرية الاعلام الجديدة تركز على الوسيط ليس باعتباره مجرد اداة فقط للتفاعل الاجتماعي كما حاولت بعض الاتجاهات النقدية لان الوساطة تقوم اساسا على التكنولوجيا والتي تكشف وتحجب الفرصة للتفاعلات الاجتماعية

وتشمل نظرية الاعلام الجديدة حسب جوست على تحليلات نظرية وتجريبية لوسائل الاتصال الرقمية ووسائل الاتصال عن بعد والانترنت . وطبقا لرأي ماريشال ماكلوهان فان وسائل الاعلام ماهي الا امتداد للانسان ( تمدد الحواس ) ويهدف البحث الى المزيد من التقييم النقدي للمحددات والاحطار والآراء التي ارتبطت بنظرية ماكلوهان والتساؤل عن مدى ما تحقق من صحة تنبؤاته الجريئة وباعتباره الشخصية المركزية في نظرية الوسيط وبيئة الاتصال ( أي نظرية الشبكة الفاعله ) . لقد سعى ماكلوهان متأثراً باينس الى تقديم تحليل مفصل عن كيفية تأثير وسائل الاعلام في العالم الانساني الحديث ، وعلى سبيل المثال ناقش في كتابه ( مجرة جوتنبرج ١٩٦٢ ) فكرة دخولنا القرن العشرين الى حقبة جديدة تماماً حيث تحول اهتمامنا بالطباعة وتعليم القراءة والكتابة الى وسائل الاعلام الاليكترونية التي ظهرت فجأة الى الوجود ، وهذا ليس مجرد احلال بسيط لوسيلة اعلامية بدلاً عن اخرى بل على العكس فطبقاً للتعاليم التي وضعها اينيس ، اكد ماكلوهان اولاً على ان هذا التحول له مضامين زمانية ومكانية عميقة ادت الى تغيير العالم اجمع الى غير رجعة ولكن تعمق كثيراً في هذه الفكرة بمناقشة حول التعديلات التي لم تؤثر فقط على بيئتنا ولكن في صميم طبيعة الجنس البشري نفسه ..

وخلص الباحث الى ان استخدام نظرية الوسيط وبيئة الاعلام ولدت رايًا خاصاً حول تكنولوجيا الاعلام واعتبارها مجالاً يتطور بتطور التاريخ وان مفهوم ماكلوهان عن العنصر رباعي التكافؤ ( المادة ، الشكل ، الاستخدام ، المهارة ) يعد عنصراً فعالاً في تحليل كيفية تطور ونشأة الاعلام فيما يتعلق بالعلاقات الخاصة بين الاعلام وبين المدارك والاحاسيس .

## ٢ - دراسة د . محمد عبد الحميد ، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت ٢٠٠٧: ٢

حاول الباحث تقديم رؤية نظرية ومعالم تطبيقية في الانتاج والعرض وعادات التعرض والتفاعل في عمليات الاتصال عبر الانترنت وتأثير هذا التطور التكنولوجي على وسائل الاعلام وتقاليدها المهنية وتأثيراتها على المجتمع ثم يخلص الى تطوير المنهج العلمي في دراسة المواقع الالكترونية .

## ٣ - دراسة د . الصادق رابع فضاءات رقمية ٢٠١٣: ٣

ركز البحث على التأثيرات الثقافية والاجتماعية لثورة الاتصالات الرقمية وصعوبات ادماج الانترنت في مؤسسات التعليم . مركزاً على الصحافة الالكترونية وصحافة المدونات كمظهر من مظاهر الاعلام البديل مع مقارنة بين الاعلام التقليدي والمدونات وختم البحث عن بعض الفرضيات حول مستقبل الاعلام التقليدي عموماً واعلام المواطن على وجه الخصوص .

ويخلص الى القول بان الاعلام الاليكتروني تفوق على الاعلام التقليدي بسبب المزايا التفاعلية التي تتوفر عليه الانترنت ، فقد شهد العالم في الفترة الاخيرة ظهور التحرير والتحقيقات والغربة الجماعية ( التشاركية ) وتمثل المدونات والمواقع التجمعية والتعاونية الاكثر بروزاً وهناك مشروع الاعلام الكامل ( الذي يجمع في سلة واجدة من عناصر الاعلام والتقليدي وطرق واليات عمل المشاركات التي يكون مصدرها المواطنون ( اعلام المواطن ) ويرى ان المستقبل سيشهد الاندماج بين الاعلامين التقليدي والجديد .

## ٤ . دراسة د . محمد عيد الحميد المدونات ، الاعلام البديل ٢٠٠٩: ٤

يدرس المدونات باعتبارها الاعلام البديل محددًا مزاياها وخصائصها وطرق التحرير فيها وتأثيرها على الاعلام التقليدي . ويخلص الى المقارنة بين المعايير المهنية في الاعلام التقليدي والاعلام البديل ( المدونات ) ويقترح الباحث ١٩ معياراً مهنيًا يرى اهمية تطبيقها على المدونات غير الشخصية بوصفها اداة او وسيلة اعلامية جديدة على شبكة الانترنت .

٥ . دراسة صالح ٢٠٠٢<sup>(٥)</sup> . يتناول أخلاقيات الإعلام الإلكتروني ويعرض مجموعة من الدراسات السابقة في هذا الصدد وعلى سبيل المثال في دراسة قامت بها منظمة الصحافة والاتصال الجماهيري الأمريكية: في أبريل ٢٠٠٠ تحت عنوان: "أخلاقيات الإعلام الإلكتروني". اتضح أن مواقع الصحف

على الانترنت تفتقد للمعايير الأخلاقية المكتوبة التي ينبغي على الموقع الالتزام بها". شملت الدراسة ٦٨٦ مدير تحرير صحيفة الكترونية وكانت تهدف إلى معرفة مدى وجود معايير أخلاقية مطبقة من قبل صحفهم، واتضح منها ما يلي:

١- ٢٣% من عينة الدراسة ذكروا أنه ليس لديهم أي قوانين أخلاقية رسمية خاصة بصحفهم الالكترونية.

٢- ٤٢% ذكروا بأن لديهم قوانين أخلاقية رسمية خاصة بصحفهم التقليدية، غير أن تلك القوانين، لا تغطي مجالات عمل الإعلام الجديد مثل تلك الخاصة بنقاط الربط **Linking**.

٣- ٣٥% ذكروا بأن لديهم قوانين رسمية مكتوبة تغطي أخلاقيات المهنة بجانبها التقليدي والجديد.

٤- ٣٦% فقط من عينة الدراسة توجد لديهم سياسة واضحة ومكتوبة لتصحيح الأخطاء على صحفهم الالكترونية.

٥- ٢٣% من هؤلاء الذين توجد لديهم سياسة مكتوبة لتصحيح يقومون فعلا بنشر تصحيح للخبر أو المقال الخاطئ.

٦- ١٧% ذكروا أنهم يقومون بتصحيح المقال ونشره مكان المقال الخاطئ.

٧- ٥٧% ذكروا بأنهم يقومون بإحلال المقال المعدل مكان المقال الخاطئ وفي نفس الوقت نشر تنويه بعملية التصحيح.

ولاحظ الباحث أن نشر مقالات المحررين على الوسيلتين التقليدية والالكترونية دون مقابل مادي آثار احتجاج المحررين باعتبار ذلك انتهاكا لحق الملكية الفكرية وكذلك فإن ميزة التفاعل في الصحافة الالكترونية وضعتها أمام اعتبارات قانونية يجب وضعها في الحسبان.

وخلصت الدراسة إلى أن النقص في هذه المعايير يعود إلى أن نصف مديري التحرير الذين شملتهم، ليست لديهم خلفية صحفية سابقة، وبالتالي فإنهم يفتقدون للتدريب والخبرة اللازمة في مجالات التحرير والتصحيح ونظريات وتاريخ الإعلام من ناحية أخرى فإن نصف مديري التحرير الذين يحملون شهادة في الصحافة فقط سبق لهم أخذ مادة في أخلاقيات العمل الصحفي.

## ٦. دراسة انتصار وصفد ٢٠١١ الإعلام الجديد<sup>(٦)</sup>

أشار الباحثان إلى قيم الأخبار في الصحافة الغربية وفق المنظور الليبرالي التقليدي، والمتمثلة في: ١- الدقة ٢- السرعة ٣- المصداقية ٤- القرب ٥- الاهتمام الإنساني ٦- الشخصيات البارزة ٧- التأثير ٨- الغرابة ٩- الأهمية ١٠- الإثارة ١١- المفاجأة ١٢- الجنس ١٣- السلبية. كما أشارا إلى قيم الأخبار في بلدان العالم الثالث المتمثلة في: ١- التنمية ٢- المسؤولية الاجتماعية ٣- التثقيف ٤- الوحدة الوطنية ٥- الفائدة. ولاحظت الدراسة إنه في الوقت الذي عدت فيه الديمقراطية ذاتها وظيفة مكملية لباقي وظائف الإعلام، إلا أن تلك الحريات الديمقراطية تشترط الالتزام بعدد من القيم والمعايير المهنية مثل: ١- احترام القيم الأولية للإنسان ٢- عدم الإساءة إلى الكرامة الإنسانية ٣- عدم الحز على التفرقة فيما يرتبط بالعرق والجنس والقومية ٤-

عدم التحريض على سلوكيات تضر بالآخرين ٥- عدم إهانة معتقدات دينية وعقائديه.  
وخلص الباحثان إلى أن التصور النظري للعلاقة بين المخبرين الصحفيين ومصادر معلوماتهم يتمثل في ثلاثة اتجاهات:

- ١- الاتجاه الأول: هو أن المخبرين الصحفيين يجب أن يكونوا مستقلين عن مصادر المعلومات دون تدخل أحد الطرفين في أداء الآخر، ويكون تدفق المعلومات هنا أحادي الاتجاه من المصدر إلى المخبر.
- ٢- الاتجاه الثاني: أن يجد المخبرون والمصادر مجالاً للتعاون فيما بينهما، من أجل تحقيق مصالحهم المشتركة، ويعتقد الباحثان إن هذا النمط من العلاقة هو السائد في صحافة اليوم بين الطرفين.
- ٣- الاتجاه الثالث: أن تسيطر المصادر على المخبرين أو بالعكس، حيث يقوم أحد العنصرين بمحاولة استيعاب الآخر واحتوائه

#### ٧. دراسة برناد بوليه: نهاية الصحف ومستقبل الإعلام<sup>(٧)</sup>.

يرى المؤلف أن عدم الحديث على تفهقر الصحافة المكتوبة هو من قبيل المكابرة التي وجدناها لدى الاقتصاديين والسياسيين تجاه الأزمة المالية العالمية، ويشير إلى هبوط صدقية الصحافة الفرنسية عندما حاولت محاكاة تجربة الصحافة الأمريكية في الكشف عن الحقائق وبجياذبه. وإن الأزمة ناتجة من فك الارتباط بين الأخبار والإعلانات، فضلاً عن انتشار الإعلان بوسائل أخرى متعددة وبتسارع هائل تشكله الحوامل المختلفة من مواقع الانترنت. ويخلص إلى أن مستقبل الإعلام سيكون عبر المجموعات متعددة الوسائط أو ما اتفق على إصطلاحه بـ "وسيلة إعلامية شاملة". ما يلزم هذه المجموعات، الاستناد إلى أقوى الأسماء في عالم وسائل الإعلام التقليدية، حال الوجود على شبكة الانترنت كشرط مهم للبقاء، "وكذا تحقيق ديمومة مهنة الصحافة في العالم وبقائها حية، على رغم ان هذه الإشكالية التي باتت مقلقة لدى كبار المؤسسين الإعلاميين، وإن بقي رهان بعضهم على تنويع المنتج أو تقديم جودة عالية أو طرح نشر مزدوج (ورقي والكتروني) أو حتى تغيير موطن الإنتاج للمحافظة على أكبر شريحة من القراء خارج الموطن الأصل"

٨. دراسة الهزاع ٢٠١٢<sup>(٨)</sup> يرى أن الزخم الإعلامي والمتابعة الخيرية بالصوت والصورة والنص المكتوب نجد أن كثير من الحقائق تضيع وكثير من الأخبار تعلن اليوم ليتم نفيها في اليوم التالي: ويتساءل: أين المصداقية، وأين تحري الحقائق لدى المراسل في أرض الحدث ويرى أن هناك شكوك في صحة ما يقال وينشر يدعمها استمرار إعلان الخبر ثم نفيه. ذلك لأن الإعلام الجديد في عرضه للصور أو الفيديو والتي قام بتصويرها وإتاحتها للغير أشخاص عاديون أو هواة خدمتهم المصادفة والظروف في مواقع أحداث لم تنهياً لمراسل أي وسيلة أن يصل إليها في الوقت المناسب ويشير الهزاع إلى دراسة أجراها تحت عنوان اتجاهات القراء تجاه الصحافة السعودية في عصر الانترنت.

ففي سؤاله لعينة البحث في مدينة الرياض عن المصداقية في وسائل الإعلام خرجت الدراسة إلى أن ٦٨% من الشريحة العمرية ما بين ١٥-٢٥ سنة يفضلون الصحافة الالكترونية على الصحافة الورقية ولكن ٩٢% من هذه الفئة يرون أن الصحافة الورقية أكثر مصداقية في نقل الأحداث والمعلومات من الصحافة الالكترونية التي

لا يثقون في مصداقيتها

٩. دراسة الفنتوح ٢٠١٢<sup>(٩)</sup> كشفت الدراسة عن مضمون التقرير الأمريكي تحت عنوان "مراجعة الالتزام بالخصوصية" الذي أصدرته وزارة الأمن الداخلي الأمريكي في نوفمبر ٢٠١١ إلى أنه منذ العام ٢٠١٠ على الأقل، تقوم الوزارة بعمليات متابعة بالتعاون مع مركز العمليات التابع لها، لمواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت المتاحة للعامة، والمدونات ومواقع الانترنت العامة - وذلك بهدف الكشف عن مدى التزام هذه الشبكات باحترام الخصوصية و أن ٣٥% من المواقع التجارية تقوم بتقديم معلومات عن خصوصية الزبائن الخاصة لشركات الإعلان لكي تقوم بعرض الإعلانات المناسبة لهم. فيما بينت إحصائية أخرى أجريت على الأطفال المتصلين بالانترنت والبالغ عددهم ٧٧ مليون في الولايات المتحدة الأمريكية أن ١٨% منهم قرروا مقابلة أشخاص في الحياة الواقعية، بعد أن تعرفوا عليهم مبدئياً عن طريق الانترنت.

وللتدليل على انتهاك الخصوصية، يلاحظ الباحث أحد الإعلانات التلفزيونية لشركة مقدمة لخدمة الانترنت التي تبين فيها حرصها على حماية خصوصية المستهلك. يظهر في ذلك الإعلان مجموعة من الناس يمشون في شارع كبير، ويحمل كل منهم لوحة كبيرة، تحتوي كل لوحة على معلومة شخصية خاصة لكل شخص مثل: "أنا أحب الأفلام المرعبة" "أنا أعاني من مرض الكبد" "أنا مطلقة ولدي طفلان" وغيرها من المعلومات التي من المحتمل أن يكون أي منا قد قام بإدخالها في الانترنت بشكل أو بآخر، وفكرة هذا الإعلان هي أن تلك الشركة تريد أن تبين لك كيف يتم انتهاك الخصوصية في الانترنت، إذا لم تستخدم منتجهم، وكأنها بذلك تفضح الشركات الأخرى، ويخلص الباحث إلى صعوبة وضع قواعد وقوانين موحدة عالمياً تحكم جرائم الانترنت لأن من أهم خواص الانترنت إنها لا تتبع لجهة محددة تقع عليها مسؤولية تنظيمها أو التحكم في طريقة عملها، أو إصدار التشريعات الخاصة بها، ولذلك لا توجد قوانين محددة متفق عليها دولياً، تكون ملزمة لجميع مستخدمي الانترنت ونتيجة لهذا الفراغ التشريعي بسبب عدم الإجماع الدولي على موقف موحد، لجأت كل دولة أو جهة مرتبطة بالانترنت إلى وضع القوانين والسياسات الخاصة بها. فالولايات المتحدة مثلاً تمنع وضع الصور والأفلام الإباحية لمن تقل أعمارهم عن السن القانونية ولكن الكثيرين يشاهدونها في مواقع أخرى في العالم، أسبانية كانت أو روسية أم نرويجية وهناك بلدان عديدة تخطر قوانينها ممارسة القمار أو الأعمال غير الأخلاقية أو ترويج الجريمة، ولكن هذه القوانين تبقى محصورة في حدودها الدولية.

١٠. دراسة البدراني ٢٠١٢<sup>(١٠)</sup> يرى الباحث أن الإعلام الذي أطلق عليه يوماً "السلطة الرابعة" أصبح من خلال تشخيص الاحتياجات المجتمعية وتداخله في المعالجات أصبح يمثل السلطة الأولى والرابعة والخامسة. فلقد حطم الإعلام الفضائي جميع القيود، وأباحت الصحافة الالكترونية الحدود، وأسقطت الصحافة الاستقصائية أدواراً كانت منوطة بالشرطة ورجال الأمن، والقضاء، فأحكمت وجودها في مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور.

ففي أوروبا - كما يلاحظ الباحث - استطاعت وسائل الإعلام أن تمنح نفسها سلطة التحرر من الرقابة



المسبقة - وفق نظرية الحرية الإعلامية التي تقوم على حق الفرد في نشر ما يعتقد، وحق الجمهور في معرفة الحقيقة، وتميز هذه النظرية بأن الإعلام وسيلة تراقب أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وممارساتهم، وتدعو إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس من دون قيود، من خلال جمع هذه المعلومات ونشرها وقد واجهت نظرية الحرية الإعلامية انتقادات كثيرة بسبب أن وسائل الإعلام تعرض الأخلاق العامة للخطر تحت شعار الحرية وتقمم نفسها في حياة الأفراد الخاصة ودون وجه حق، وتبالغ في كثير من الحالات في سبيل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، وهذا ما أدى إلى ظهور نظرية المسئولية الاجتماعية - بعد الحرب العالمية الثانية- والتي تقوم على معايير مهنية أساسها الموضوعية والصدق والدقة والتوازن.

ويخلص الباحث إلى أن العصر الحالي والمستقبلي سوف تسيطر عليه السلطة الخامسة عبر المواقع الالكترونية المختلفة مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات وغيرها - فالسلطة الخامسة التي اكتسبت شرعيتها من الواقع المعيش تتمثل في المواطنين، ورغم سلبات مواقع التواصل الاجتماعي هذه في التخاطب بلغة هابطة وقلة موثوقية الخبر، فإنها تطرح تحدياً غير مسبوق أمام الصحافة التقليدية بلغتها البائدة والمرهنة".

ولاحظ البدراني أن أجهزة الإعلام الدولي الغربية، تعكس القيم السائدة في مجتمعاتها ولكنها تقوم بدور الرقيب بالنسبة للإعلام في الدول النامية.

١١. دراسة راندال ٢٠٠٧<sup>١١</sup>. يرى أنه يمكن للقراء أن يستشعروا مصداقية المطبوعة بمجرد النظر إليها، ولهذا ينبغي أن توفر سياقاً عن سابق وعي وإدراك من خلال الإجابة المباشرة عن أسئلة المستخدم، ويقول لا يوجد جانب من جوانب السياق بحاجة إلى التعامل الواضح معه أكثر من مصداقية وحرفية الموقع الالكتروني.. فالتأثير المتبادل للانترنت يعني أن كل من هب ودب يمكن أن ينشئ موقعاً، وبقليل من الاستثمار في التصميم والرسوم البيانية، يعطيه مظهرًا بمئات مواقع شركات النشر العملاقة التي بلغ رأسمالها مليارات الدولارات. صحيح أن العلامة التجارية لوسيلة إعلامية شهيرة، تعتبر سلاحاً قوياً في ترسيخ المصداقية خارج الانترنت، وهذه لا يمكن نقلها دائماً إلى الانترنت، ومع ذلك هناك طريقة واحدة لا تخطئ بالنسبة للجميع لبناء المصداقية على الشبكة الالكترونية، ولربما تنبثق عن أشهر سمات مواقع الويب غير الأكاديمية - سمعتها بتقديم شيء يتفوق على كل ما عداه.. "خيبة الأمل". ويقول راندال: "انبت هذه السمعة بدأب على مر السنين قبل ظهور المواقع التي تعد بأكثر مما تستطيع تقديمه، والمبالغة في الترويج والخداع التي غالباً ما ترافق أكثر المواقع ابتداءً، والوصلات إلى الصفحات، وتلك التي توهي بالعميق ولا تقدم سوى السطحي، وتلك التي تظن أن الصور المسلية بديل عن المعلومات الالكترونية وأن تعرض دليلاً دقيقاً محتوى الموقع بطريقة حاسمة بعيدة عن الصخب الإعلاني، وبهذا سيكون موقعك على الطريق الصحيح لاكتساب المصداقية وثقة المستخدمين".

## خلاصة الدراسات السابقة

- ١- اتفقت جميعا الدراسات السابقة تقريباً على انتهاكات وسائل الإعلام الجديد للمعايير المهنية من حيث الموضوعية والدقة والصدق. كما أشارت العديد منها إلى انتهاك خصوصية الأفراد.
- ٢- استغلال القوى الدولية الكبرى من شركات تكنولوجيا المعلومات وحكومات لوسائل الإعلام الجديد في خدمة مصالحها التجارية والمالية والسياسية.
- ٣- فشل دول العالم في الوصول إلى اتفاقيات دولية تضع الضوابط على شبكة الانترنت. من حيث حماية الخصوصية ومكافحة الجريمة على الشبكة.
- ٤- تفوق الاعلام البديل ممثلا في المدونات علي الاعلام التقليدي في اجتذاب القراء

## الإعلام التقليدي والإعلام الشبكي التشاركي

كلما ظهر جديد في مجال الإعلام وتقنياته يطرح السؤال : ما هو تأثيره على الوسائل التقليدية القائمة ، كالصحافة والمطبوعات والراديو والتلفزيون .. فقد تجدد هذا السؤال بقوة مع ظهور الانترنت ومن ثم الإعلام الجديد . لقد نجحت الصحافة المطبوعة في نشر طبعات الكترونية واستفاد الراديو والتلفزيون من خصائص الشبكة يدعم التفاعلية ومع ظهور المدونات الصحفية ، بادر الصحفيون التقليديون بإنشاء مدونات خاصة بهم كما استخدمت كنافذة للتوزيع والنشر<sup>١٢</sup> . وفي ضوء انجذاب الجمهور إلى مواقع التواصل الاجتماعي ، عملت الوسائل التقليدية بإطلاق مواقع لها على هذه الشبكات مما أثر في طريقة عمل الصحفيين التقليديين .

إن سرعة الانتشار في مواقع التواصل الاجتماعي جعل من الصعب على الإعلام التقليدي الإنفراد بنشر الخبر وتحقيق سبق فيه ، هكذا أدخلت شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام البديل وسائل الإعلام التقليدي في مأزق البقاء والاستمرارية . هكذا تراجع دور الإعلام التقليدي وبالفعل لم يعد اليوم المصدر الوحيد للمعلومات وفي عام ١٩٩٣م أدان " بود ر بلارد " جميع أشكال وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية لأنها لا تدعو إلى التواصل ، أي غير اجتماعية ، وكأن الخطر يكمن في طبيعة الوسيلة التكنولوجية نفسها ، وهذا يعني أن التشكيل التكنولوجي لوسائل الاتصال غير المباشرة هو نفسه الذي يمنع الاتصال الفعلي من أن يصبح عملية ارتباط اجتماعية قائمة على المشاركة لقد شرعت الصحف التقليدية في إنشاء أقسام جديدة داخل مؤسساتها جنباً إلى جنب مع باقي إدارات سلك الصحف يهدف إنتاج طبعة إلكترونية من الصحيفة المطلوبة وهذا توجه غير صحيح كما يرى خبراء الإعلام الرقمي . يقول ( ديفيد واندال ٢٠٠٧ ) نظراً لأن إنتاج مواقع الويب مشابه لإنتاج الأفلام السينمائية - جهد تعاوني مشترك عبر سلسلة من المهارات الإبداعية ، لإيجاد منتج نهائي ولهذا مضامين ضخمة للصحفي الذي يعمل على الشبكة الإلكترونية ، لأنها تمثل أرضاً وعرة لمن يجهد معالمها ولن تسمح أي شركة سينمائية لكاتب يأخذ زمام المبادرة لتحديد كيفية العمل فهذا شأن المخرج الذي لا تشمل معارفه الكتابة فقط ، بل التصوير ، والتمثيل والإضاءة والديكور والإعداد -

وهذا هو الأهم - وعلى نحو مشابه لن يدع أحد صحفياً جاهلاً بالتقانة يخرج أو يدير إنتاج موقع ضخيم على الشبكة الإلكترونية . فكل من يتولى هذه المهمة ، يجب أن يعرف كيف تعمل الكمبيوترات والمستعرضات والوظائف الإضافية للتعرف على ملفات الصور ، واللون وقواعد البيانات ، صحيح ليس من الضروري التبحر في كل هذه الأمور بعمق ، لكن من المهم على الصحفي أن يتمتع بما يكفي من الإطلاع لمعرفة ماذا يفعل ، ومدى صلتها وأهميتها في تحقيق تأثير معين ، وهذا يعني تعلماً مستمراً لمهارات جديدة ومسايرة آخر التطورات<sup>١٢</sup> لذلك يشترط ( سعود صالح ٢٠٠٢ ) الشروط المطلوبة للعمل في الإعلام الجديد كما يلي<sup>١٤</sup> :

١. خبرة في العمل الصحفي مع معرفة قوية بالانترنت .
٢. قدرة على جمع الأخبار .
٣. قدرة على تغطية الأخبار العاجلة .
٤. السرعة و المرونة والقدرة على التعاون .
٥. الخضوع لدورات تدريبية في لغة النص الفائق ونصوص جافا وإدارة خادم الشبكة والفوتوشوب وإدارة الوسائط المتعددة والقدرة على معرفة مصداقية موقع الأخبار والمستجدات المتعلقة برمجيات للتحريير الإلكتروني .

لقد أظهر تاريخ وسائل الإعلام الرقمية سلسلة مثيرة للدهشة لوسائل الإعلام التي أصبحت عتيقة ومهملة مثل الأقراص المرنة التي تعد مثلاً ، بينما اختفى منها بالفعل عدد قليل جداً ، ورغم ذلك لا زالت مستخدمة ، فكون الشيء يصبح عتيقاً لا يماثل اختفائه ، فجهاز الفاكس قد أصبح عتيقاً نسبياً بظهور جهاز الماسح الضوئي ، وما يفوق ذلك هو البريد الإلكتروني ، ولكنه ما زال موجوداً ، وقد تغير دوره في شبكة منظومات ووسائل الإعلام وتحول إلى دور هامشي وفي نفس الوقت فإن العنصر السمعي الفوري الذي يميز الاتصال وجهاً لوجه قد انحسر ، وقد لاحظ علماء الاتصال أن جميع الأشكال تستلزم رغبة في الفورية والمباشرة والترابط . إن الرغبة في مضاعفة وتكرار نار محيّم فيما قبل عصر الكتابة تنعكس من خلال إنفجار هائل في وسائل الإعلام مثل كاميرات الشبكة العنكبوتية وعقد المؤتمرات التلفزيونية وإرسال التلفون المحمول عبر الانترنت .. إلخ وهذا يكشف أن ما تم اكتشافه بشكل خاص ، هو الجانب المرئي ، لذلك فإن التصوير الفوتوغرافي الرقمي يتطلب علاجاً للصور الفوتوغرافية عن طريق دمج نسب كيميائية متناسقة للضوء ، مع معالجة إلكترونية لتدفقات رقمية.

إن كلمة " البقاء على اتصال " أصبح يماثل حرفياً مفهوم الكلمة بالفعل keeping in touch . إن هذه المنظومة من الارتباطات يشار إليها عادة بكلمة " شبكة " <sup>١٥</sup> إن تطور وسائل الإعلام هو بالأساس تاريخ استخدام وسائل الإعلام إن عملية الاختيار والتي من خلالها تصعد وسيلة ما ( مثل التلفزيون ) بينما تهوى وسيلة أخرى ( كالمذياع ) هي عملية يتم تسهيلها إلى حد كبير طبقاً للواقع الذي يؤكد إن هذه الوسائل الإعلامية المعينة ترتبط بخصائص إنسانية مختلفة ، وبالتالي تضخم من القدرات

البشرية المختلفة ، وبالطبع على حساب الوسائل الأخرى وفي عالم تكنولوجيا الإعلام ، فإن التفاعل بين الوسيط وبيئة تم تسهيله في بادئ الأمر عن طريق عناصر بشرية مطورون مهندسون ، مديرون ، مستهلكون<sup>١٦</sup> . وعلى الرغم من أن شبكة الانترنت يمكن أن تستخدم بالفعل في الإذاعة فهناك العديد من الوسائل الرقمية لا تمثل الوسائل الجماهيرية بالمعنى التقليدي فجمهورها يأتي بدلاً عن ذلك من تجمع الكثيرين مع لقاءات نشطة بين العاملين في الوسيلة فمن كثير إلى قليل هذا ما نجده في جامعي البيانات .

ومن القليل إلى القليل مثل البريد الإلكتروني والرسائل الشخصية والهاتف المحمول ومن الكثير إلى الكثير كما هو الحال في غرف الدردشة والألعاب الإلكترونية بدلاً من مجرد القليل إلى الكثير ( مثل الإذاعة والوسائل التقليدية عموماً ) وهي أيضاً موجودة على الانترنت<sup>١٧</sup> .

### المدونات الشبكية

لقد عمل الإعلام التقليدي على تثبيت مبدأ (حارس البوابة) كجزء من منظومته الحمائية بحجة إنه يشكل آلية فاعلة في مراقبة جودة أداء هذا الإعلام. ولقد ساهمت المدونات في ظهور نوع جديد من الكتابة، غير موجود في الوسائل التقليدية حيث تميل الكتابة إلى الذاتية ، وهو ما يتعارض مع التقاليد المهنية في الإعلام التقليدي، ويميل المدون إلى تصحيح أخطائه بنفسه وبشفافية وسرعة معتمداً في ذلك على القراء وتعليقاتهم فالمدون يعتمد على قاعدة ( أن القارئ أكثر معرفة من المدون) . فالمدونون كما كتب ( لاسيكا ) يلعبون دوراً فاعلاً في عملية جمع وتحرير وتنظيم وتحليل ونشر المعلومات والأخبار مما يشكل تحدياً للمؤسسات الإعلامية وللمهنيين أنفسهم<sup>١٨</sup> .

فالتفاعل مع الجمهور والشفافية في معالجة وبت الأخبار وجماعية التشارك في إنتاج الأخبار، تمثل أبرز سمات المدونات ، مما جعلها تمثل نمطاً جديداً من الإعلام ، يجذب القراء ويسحب البساط من الإعلام التقليدي، لأنه يمثل حقاً ديمقراطية الإعلام .<sup>١٩</sup> لقد نجحت الصحافة المطبوعة، في نشر طبعات إلكترونية واستفاد الراديو والتلفزيون من خصائص الشبكة في تدعيم التفاعلية. ومع ظهور المدونات الصحفية، بادر الصحفيون التقليديون بإنشاء مدونات خاصة بهم وتم استخدامها كنافذة جديدة للتوزيع والنشر. تميزت المدونات كأعلام بديل بتجاوزها لجميع الوسائط من حيث حرية النقد والتعليق والمراقبة وبالتالي اتسع تأثيرها لذلك أطلق عليها اسم الإعلام البديل

ويمكن تلخيص العلاقة بين المدونات والإعلام التقليدي على النحو الآتي :<sup>٢٠</sup>

- ١ - أن صحافة المدونات هي علاقة بين كاتب وقارئ فقط، مما يقلل تأثيرات العوامل الخارجية كالتشريعات الصحفية والعوامل الاقتصادية والسوق لأنها لا تتطلب كلفة مالية .
- ٢ - إنها لا تستهدف تحقيق عائد مادي ولا تتطلب جهداً سوى الكتابة والتعليق .
- ٣ - أسهمت في تدعيم خاصية التفاعلية بإنشاء المنتديات وخدمة النشر المتزامن في المؤسسات التقليدية، دون أن تتحكم فيها قيود أو رقابة، وهذا ما ساعد في انتشار المدونات لما تتميز به من حرية لا تتوفر في المؤسسات التقليدية لذلك عدت مظهراً من مظاهر تمرد القراء على الصحافة الموجهة .

٤ - عززت روح المشاركة وثقة القراء بفضل الشفافية التي تتمتع بها مما جعلها بديلاً موازياً للإعلام التقليدي

## القوالب التحريرية في الإعلام التقليدي والإعلام الشبكي :

حتى الآن لا توجد أشكال أو قوالب صحفية أو إذاعية خاصة بصحافة الشبكات وإنما هي نفس الأشكال والقوالب المستخدمة في الوسائل التقليدية متكيفة مع خصائص هذه الشبكات أو المواقع وقد درجت العادة على الكتابة لهذه المواقع أولاً ثم إعادة التحرير للوسائل التقليدية . يقول (مايك وارد ٢٠٠٢) إن الكتابة الصحفية الخاصة باستخدام الكلمات والجمل في صحافة الشبكات الإلكترونية، تجد مرجعيتها في القواعد التحريرية الخاصة بالصحافة المطبوعة، حيث يكون لكل البنائات دلالة معينة، وأن تقول كل كلمة شيئاً ما ، وذلك في إطار القواعد الخاصة بالكلمات والجمل وكذلك بناء القصة الخبرية من حيث المقدمة والعناوين والتعليقات فهذه كلها قواعد ثابتة لا تتغير في الكتابة لمختلف الوسائل مع مراعاة الحقائق الآتية :<sup>٢١</sup>

١ - إن الاختلافات في الكتابة للوسائل المختلفة تعود أساساً إلى خصائص الوسيلة وتنعكس بالتالي على العملية الصحفية كلها، ففي مجال استخدام الوسائط المتعدد فإن الاهتمام بالصورة يأتي أولاً ثم تأتي الكلمات، لأن الصورة المصحوبة بكلمات تأثيرها أقوى مضافاً إليها الوصلات، مما يقلل الجمل الوصفية ويختصر الزمن .  
٢ - تركز الكتابة الإلكترونية على العناوين الموجزة، مع توفر الروابط للتفاصيل مع تقسيم الموضوعات إلى أجزاء حسب مضمونها .

٣ - تجنب الكتابة الخطية لأن ذلك من خصائص الصحافة التقليدية، واعتماد الأسلوب الرقمي غير الخطي .  
٤ - اعتماد أسلوب الهرم المقلوب من حيث المضمون الأهم في المقدمة وترك التفاصيل للوصلات .  
٥ - تدعيم التفاعلية من خلال طرح الأسئلة لاستثارة المتلقي للبحث عن الإجابة وطلب التعليقات أو التصويت على الموضوعات المنشورة .

٦ - المتابعة القائمة على التحديث الفوري للقصص الخبرية المنشورة لجذب المتلقي مع الوضع في الاعتبار أن جوهر الكتابة في الشبكات الإلكترونية ينبغي أن لا تختلف عن الوسائل التقليدية من حيث الدقة والوضوح وبساطة الأسلوب باعتبار أن المتلقي في المدونات هو القارئ والمشاهد والمستمع معاً .

ويلاحظ (رابح ٢٠١٣) أن النصوص التي تتضمنها المدونات تميل إلى كونها تتميز بالإختصار والمباشرة واستخدام لغة مبسطة وعامية في غالب الأحيان، وبذلك نجحت في جذب الجمهور وتفاعله معها. وإذا كانت غالبية المدونات تنتمي إلى الفئة النصية، فقد ظهرت أخيراً أصناف أخرى من المدونات تقوم على الصوت والصورة والفيديو إضافة إلى مدونات الهاتف .<sup>٢٢</sup> ويتساءل (عبد الحميد ٢٠٠٩) هل يمكن أن تحل المدونات محل الصحافة التقليدية و يلاحظ أن الصحافة التقليدية اتجهت نحو توظيف المدونات كمنابر جديدة للوصول لقراء جدد و كمنبر مضاف لحريريها وكتابها ، حيث توجد روابط لمواقع المدونات في أغلب الصحف وهذا اعتراف بها وتدعيم لها، كما يعتبر المدونات مصادر معلومات للوسائل التقليدية وتهتم المدونات بسياق الأخبار، حيث تتميز بمهارة الإيجاز وهي تعبر عن الرأي الشخصي وليس رأي مؤسسة أما الصحفي في

المؤسسة التقليدية فهو يعبر عن سياسة المؤسسة ولا مجال للذاتية هنا، فالمدونات عدت مظهراً من مظاهر ديمقراطية الصحافة وتحريرها من الإحتكار واقترابها من نبض المواطن وهمومه .<sup>٢٣</sup> وهكذا تحولت الرسالة الإعلامية في الإعلام الجديد تدريجياً من جمهور إلى جمهور بعد أن كانت من مؤسسة إلى جمهور مما دفع المؤسسات الصحفية التقليدية إلى التركيز على تطوير اذرعها الالكترونية<sup>٢٤</sup> وتختلف وسائل الإعلام التقليدية عن المدونات الشبكية في أن الأولى تحتاج إلى الإعلان لأغراض التمويل بينما المدون لا يحتاج لذلك كما أن الوسائل التقليدية تحمي نفسها وسلطتها بالمعايير المهنية وأخلاقيات المهنة مما يقلل الأخبار الزائفة، أما المدونات فلا تحكمها معايير مهنية إلا الرقابة الذاتية، فكثير من المدونين يطبقون المعايير المهنية وكثير منهم غير صحفيين أصلاً ويكتسبون مصداقيتهم من طريقتهم في تسجيل الأخبار والجرأة في تحليلها، وحميميتهم مع قرائهم .<sup>٢٥</sup>

حراسة البوابة في الاعلام الالكتروني والبدلي

في حين تقوم وسائل الإعلام التقليدي بوضع حارس بوابة على مواقعها الإلكترونية، وذلك بوضع تعليمات واضحة للمستخدم فيما يعرف بسياسة الخصوصية، يحدد فيها ما هو مقبول وما هو غير مقبول بالنسبة لمساهمات القراء وذلك التزاماً بالمعايير المهنية حيث يمنع بشكل قاطع أي كتابات أو نشر لصور يمكن أن تتسبب في الأضرار بالآخرين أو أي أمر آخر من شأنه تحميل الصحيفة أي تبعات قانونية . من ناحية أخرى تقوم الصحيفة بحذف أي شيء مسيء . بمجرد علمها به . وتضع الطبعة الالكترونية قواعد واضحة تلتزم بها لحماية المعلومات الخاصة بالعملاء وذلك بعدم بيعها لشركات الإعلان أو أي جهات أخرى .<sup>٢٦</sup> وتختلف المدونات عن منتديات الانترنت الأخرى في نظام تحكم المسئول في الرسائل المرسله حيث يمارس الاستبعاد متى كانت الرسائل غير مرتبطة بموضوعات المنتدى او يمارس الحذف والتعديل في حالة عدم اتفاق محتوى الرسالة او اسلوبها مع قواعد الخصوصية التي يضعها المنتدى. وفي هذا يختلف المنتدى في تقنياته عن المدونات وباقي مواقع الشبكات الاجتماعية حيث تتطلب معظم هذه الشبكات توفير كاتب خادم خاص بالموقع لحفظ قاعدة البيانات الخاصة بالمنتدى وهذا ما يتيح لمواقع المنتديات التحكم في عملية النشر.

## مفهوم الخصوصية في التشريعات الدولية وشبكات التواصل الاجتماعي

هناك ثلاثة انواع للخصوصية :<sup>(٢٧)</sup>

١ - الخصوصية كحق لحماية الافراد من مظاهر الاعتداء المادي على حياتهم وممتلكاتهم وتسمى الخصوصية المادية.

٢ - الخصوصية المعنوية وهي حماية القيم والعناصر المعنوية للشخص بما في ذلك معتقداته .

٣ - الخصوصية كحق عام وتشمل كافة اوجه الحماية من الاعتداءات والتدخل في حياة الخاصة ايا كان مظهرها او طبيعتها وحق الافراد في السيطرة على المعلومات والبيانات الخاصة في مواجهة تحديات عصر التقنية الرقمية . تنص المادة (١) من الميثاق الدولي للحقوق المدنية والسياسية على: " لا ينبغي ان يتعرض أي فرد الى التدخل الاعتباطي او غير القانوني بالخصوصية والعائلة والمراسلات " . وتتضمن

المادة (١٨) من الميثاق الاوربي على حق " الاحترام لحياة الفرد الخاصة والعائلية ومراسلاته وكذلك الاتفاقية الامريكية لحقوق الانسان ، كما تضمنت هذا الحق الشرائع السماوية واغلب دساتير الدول المعاصرة. ومنذ هجمات الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ في الولايات المتحدة اصبح من الصعب تمييز الخط الرفيع الذي يفصل بين الحرية والامن ، وقد ساهمت التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اساليب محاربة الارهاب وجعلها اكثر قوة واوسع تغطية للامم المتحدة التي يراد مراقبتها كما تغيرت العلاقة بين العملاء والشركات بشكل كبير حيث اعطت الهواتف المحمولة واجهزة تحديد المواقع الجغرافية (GPS) ومحرك البحث غوغل و فيسبوك قدرة اكبر على تتبع سلوك العملاء. ومنذ ان قام (ادوارد سنودن) الذي كان يعمل متعاقداً لدى وكالة الـ (CIA) بتسريب وثائق سرية تكشف تفاصيل برامج المراقبة الامريكية ، اصبح من الصعب تحديد القواعد المقبولة لعملية المراقبة. ان استخدام حق المعرفة والحصول على المعلومات اصبح يؤسس لحق اخر يهدر جميع الحقوق الأخرى وهو حق (المطاردة) ، بل يتجاوز خصوصية الافراد الى خصوصية الدول<sup>(٢٨)</sup> وهكذا اصبح هذا الحق المزعوم أوروبياً ينتهك جميع الحقوق الاساسية الاخرى وفي مايو ٢٠١٤ فرضت محكمة العدل الاوربية على محرك البحث غوغل إعطاء المستخدمين الأوربيين حق مسح بياناتهم من منصات النشر الالكتروني أي المعلومات المتعلقة بالمستخدم ويعتبرها " ضارة " وعرف هذا الحق بحق التستر من التاريخ او حق النسيان. **The right to be forgotten** علماً بأن هذا الحق مخصص للأوربيين فقط كما اكدت جيمي هيلمي مديرة السياسة العامة في شركة غوغل بقولها : " إن هذا القرار يعتمد في الاتحاد الأوربي فقط ولا يشمل السعوديين او منطقة الشرق الاوسط ".<sup>(٢٩)</sup> القانون الامريكى يتناول عمليات جمع المعلومات حول شخص ما تستهدفه المراقبة الحكومية لكن لا ينطوي على تجسس موجه الى ذلك الشخص ، واثار هذا القانون مناقشات ونقداً واسعاً في الولايات المتحدة وافضت مناقشات الكونغرس الامريكى الى صيغ قانونية وافقت عليها محكمة مراقبة الاستخبارات الخارجية ، وتنص على : " إلزام وكالة الامن القومي لدي تنصتها على محادثات لأجنبي مستهدف بالرقابة ان تتأكد من وجود احد المشاركين في هذه المحادثة خارج الولايات المتحدة كي توجه المراقبة فنياً نحو الطرف الخارجي " . ونصت هذه القوانين على ان معالجة الاتصالات الامريكية التي تخضع للتحليل من أجهزة الرقابة، يجب ان تتفق مع القوانين المتصلة بحماية الخصوصية<sup>(٣٠)</sup> . وتعتبر عمليات التجسس على معلومات المستخدمين من جانب اخر انتهكا لقوانين الملكية الفكرية وعملاً مناقضاً لحقوق الانسان وحق الخصوصية ، ويشمل ذلك بياناته الشخصية ورسائله الالكترونية و تدويناته على مواقع الشبكات الاجتماعية ونصوصه المتنوعة عبر الواتساب وجميع المواقع الالكترونية الاخرى لأنها منتجات يملك حقوقها الفكرية بصفته الشخصية. وفي امريكا قبلت المحكمة دعوى ضد فيسبوك بسبب فحص رسائل مستخدميها بررت الشركة هذا

الانتهاك بالقبول : ان فحص رسائل مستخدميها يندرج تحت استثناء بموجب قانون خصوصية الاتصالات الاليكترونية الاتحادي الذي يسمح لمقدمي الخدمة القيام بفحص الرسائل في سياق سير العمل العادي " ورد القاضي هاميلتون على هذا التبرير بالقول : " إن الشركة لم تقدم شرحاً وافياً لكيفية القيام بهذه الممارسة في إطار سير العمل العادي " . وبحسب الدعوى استخدمت فيسبوك عد مرات الاعجاب لجمع بيانات شخصية للاستعانة بها فيما بعد لأرسال إعلانات مستهدفة للمستخدمين .<sup>(٣١)</sup> وفي عرضها للشروط القانونية الخاصة بالخصوصية في شركة غوغل على موقعها تقول : " سيتم مشاركة المعلومات الشخصية مع الشركات والمؤسسات أو الافراد خارج غوغل اذا كنا نعتقد - بنية حسنة - انه من الضروري الدخول الى معلومات او استخدامها او الاحتفاظ بها او نشرها لأي سبب من الاسباب الآتية<sup>٣٢</sup>

- ١- الالتزام بأي قانون سار او لائحة او إجراء قانوني او طلب حكومي واجب النفاذ.
- ٢- تطبيق بنود الخدمة السارية بما في ذلك البحث في احتمال صدور انتهاكات.
- ٣- اكتشاف احتيال او مشكلات فنية او مشكلات أمان او الحيلولة دون وقوعها او غير .
- ٤- الحماية من إلحاق الضرر أو ملكيات غوغل او مستخدميها او طبقاً لما يقتضيه او يسمح به القانون.

اظهر استطلاع أجرته صحيفة واشنطن بوست ٢٠١٣ ان سبعة بين كل ١٠ امريكيين قلقون بشأن المعلومات الشخصية التي يسمح لوكالات الاستخبارات والشركات التجارية الخاصة بجمعها من مستخدمي الانترنت . غير ان ٧٠% من الابهاء (٤٠ سنة فما فوق ) الذين شملتهم عينة الاستطلاع قالوا إنهم يراقبون المواقع الاليكترونية التي يزورها أبناءهم كما ان الكثيرين منهم يراجعون الرسائل النصية والبريد الاليكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الابناء و اشار عدد قليل من الامريكيين بانهم يتتبعون تحركات الزوج او الزوجة بالإضافة الى استخدام الفيديو لمراقبة كبار السن من الابهاء وقد اقترحت كثير من الشركات وسيلة يمكن من خلالها مواقع الانترنت فرض الرقابة على نفسها والاشراف من قبل منظمة دولية غير ربحية تتعقب المواقع السيئة . إن شبكات التواصل الاجتماعي - كما يصرح رئيس تحرير مجلة تكنولوجيا ريفيو الامريكية والتي لم يسبق لها مثيل في التاريخ البشري أتاحت للأفراد والشعوب والدول فرصاً عديدة للتواصل والمشاركة وهذا شيء عظيم لكنها من جهة اخرى شكلت تهديداً على خصوصية الفردية للكثير منا يطرق لازلنا لا نفهمها بشكل تام . وحسب رأي كبير الاقتصاديين في غوغل انك عند تختار تكنولوجيا معينة او صيغة لحفظ المعلومات فان التحويل منها قد يكون مكلفاً ان قوة خدمات الانترنت المجانية قد تجعل مسألة التحويل امراً صعباً على مستخدمين قاموا باستثمار قدر كبير من حياتهم الرقمية في تلك المواقع فعندما قام موقع فيسبوك بتغيير سياسات الخصوصية الخاصة به عام ٢٠٠٩ هدد المستخدمون الغاضبون بترك الموقع وقاموا بإنشاء صفحات بعنوان : " اتركوا فيسبوك " غير أنه منذ ذلك الحين استمرت قاعدة مستخدمي فيسبوك في النمو " .<sup>(٣٣)</sup> وفي



٢٠١٢/٣/١ بدأت غوغل في إنشاء صفحات شخصية أكثر شمولاً لمستخدميها عن طريق تتبع الأنشطة التي قاموا بها عبر مواقع الشركة على الانترنت مثل مقاطع الفيديو التي تتم مشاهدتها على موقع (يوتيوب) الى المفردات التي تمت كتابتها في محرك غوغل مما سيمكن الشركة من بيع إعلانات تتناسب بشكل أفضل من اذواق العملاء وصرحت شركة غوغل انه " إذا لم ترق هذه التغييرات للمستخدمين في أماكنهم التوقف عن استعمال كل منتجات غوغل ".<sup>(٣٤)</sup> برزت العديد من الدعوات والمقترحات على الصعيد الدولي في شكل مبادرات تمثل أهمها في الآتي<sup>(٣٥)</sup>

١- أجمعت الدول والمنظمات بأن الخطوة الأولى تتمثل في وضع تشريع عام لأمن المعلومات في كل بلد مع وجود شرطة مدربة وقضاة مختصين وضباط معينين بتطبيق القانون توكل اليهم مسؤولية منع وقوع الجرائم وحدوث اعمال مشينة في الشبكة .

٢- دعى البرلمان الاوربي الى تحرك دولي لضبط تبادل المواد الاباحية والعنصرية على الانترنت والى تكوين (شرطة الانترنت ) ووضع اتفاقات دولية لمكافحة من يسيئون استخدام الانترنت مركزاً على ضرورة الاتفاق على معايير لتحديد المواد والاستخدامات غير المرغوب فيها على الشبكة .

٣- في دولة ماليزيا مثلاً يحدد القانون اقل عمر لمستخدم الانترنت ب ٢٥ سنة وفي الصين يتطلب استخدام الانترنت تصريحاً من الشرطة .

٤- أما في امريكا بوصفها المؤسس لشبكة الانترنت واكثر بلدان العالم استخداماً لتقنية المعلومات اتفقت اراء الباحثين في تشريعات الانترنت على اتجاهين:-  
أ. اتجاه يرى ضرورة مراجعة جميع القوانين المتعلقة بهذا الموضوع وتعديلها لتتواءم مع الوضع الجديد.  
ب. الاتجاه الثاني يرى تركز القوانين والتعديلات على مكافحة الخداع وسوء استخدام الحاسب الناجم عن التقنيات الحديثة وهذا هو الاتجاه الذي تم تبنيه.

٥- ومع وجود كل هذه الاختلافات هناك اجماع عام دولي على ضرورة حماية الاطفال والحيلولة دون دخولهم المواقع الاباحية ، والحد من الجريمة على الشبكة أيا كان نوعها لاسيما جريمة الارهاب .

## مواقف شركات الانترنت الأمريكية من المطالبة بحق الخصوصية :

### ١- فيسبوك :

على عكس الشركات الكبرى الأخرى التي تحقق أرباحاً ضخمة لا يملك فيسبوك مخزون أدوات أو أجهزة أو سيارات أو هواتف. فكل مخزونها يتمثل في بيانات شخصية - خاصة بمشركيه - يحقق فيسبوك أرباحاً ببيع مساحات إعلانية للشركات التي ترغب في الوصول إلى المستهلك ، ويختار المعلنون كلمات رئيسية أو تفاصيل مثل الحالة الاجتماعية ، ومحل السكن والأنشطة والكتب المفضلة والوظيفة ... الخ. بعدها يرسل موقع فيسبوك الإعلانات للمجموعة الفرعية المستهدفة من مستخدميها الذي كان يبلغ إجمالي عددهم ٨٤٥

مليون مستخدم حتى نهاية ٢٠١١ ( مليار وخمسة وثلاثون الفاً حالياً) فإذا أوضحت أنك تحب كعك القوال وتعيش في منطقة معينة وقمت بدعوة أصدقاء توقع ظهور إعلان من مخبز قريب من محل سكنك على صفحتك.

إن حجم المعلومات المباشرة على الانترنت المتوفرة لموقع فيسبوك عن كل فرد مشترك لاستخدامها في أغراض تسويقية شئى مدهش كما تقول د.لورى أندروز في كتابها المعنون : (أعلم من تكون ورأيت ما فعلته : الشبكات الاجتماعية وضياع الخصوصية)<sup>(٣٦)</sup>. إن المعلومات التي تتشاركها يومياً مثل الأسماء والعناوين والصور والأمكنة التي نقصدها وتنقلاتنا الجغرافية التي ترصدها أجهزة استشعار جغرافية مزروعة في الأجهزة الهاتفية الذكية تساعد الشركات في توجيه إعلانات مصممة على قياس كل واحد منا إستناداً إلى آرائه الشخصية ، وما يفصح عنه على الخط. والإعلانات هذه تدر مئات ملايين الدولارات على شركات مثل فيسبوك وغيرها. وتبرر شركات التواصل الاجتماعي هذا السلوك أو العملية هي التي تساهم في بقاء استخدام الانترنت مجاناً.

في مطلع ٢٠١٢ قررت شبكة فيسبوك إعادة ترتيب معلومات مستخدميها ، لتظهر على شكل خط زمني يعرض مقتطفات لأبرز أحداث حياة المستخدم منذ ولادته. وعلى الرغم من أن هذه الخاصية الجديدة لا تكشف عن معلومات جديدة إلا أنها تسهل معرفة ماضي المستخدمين. وأعلن فيسبوك أن ميزة خط الزمان Time Line ستصبح متوفرة للجميع وسيكون للمستخدمين فرصة ٧ أيام لاختيار ما الذي يريدون حذفه من الصفحة الرئيسية للمفاهم التي ستظهر أمام الجميع في شكل سلسلة زمنية تبدأ من أسفل الصفحة (تاريخ ولادة المستخدم) وتعرض تعليقاته وصوره ومشاركاته وصدقاته وعمله وارتباطاته العاطفية بشكل متسلسل إلى يومنا هذا (في أعلى الصفحة) مع القدرة على الانتقال بسهولة بين الأعوام ومعرفة الأحداث المختلفة باستخدام شريط جانبي. وكانت هذه الميزة اختيارية منذ ديسمبر ٢٠١١ ويرى البعض أنه كان من الممكن أو الأفضل لو سمح فيسبوك للمستخدم باختيار أسلوب عرض حياته أمام الآخرين، عوضاً عن إجباره على استخدام أسلوب واحد. ويمكن تشبيه الصفحة الرئيسية الجديدة لملف المستخدم المسمى (الجدار) بالسيرة الذاتية الشخصية التي تسمح لأي طرف بمعاينة حياة المستخدم في دقائق معدودة ومعرفة عاداته ونشاطاته واهتماماته. الأمر الذي يثير المزيد من الزعر للأفراد الذين يتقدمون لوظيفة جديدة. إذ تعتمد الكثير من الشركات على مواقع الشبكات الاجتماعية للتعرف على شخصية المتقدم قبل قبوله أو رفضه.

وتضيف فيسبوك ميزة جديدة — هي سجل النشاطات Activities يمكن للمستخدم فقط مشاهدتها ، وهي تعرض جميع نشاطات ومشاركات المستخدم بشكل مفصل منذ اشتراكه في الموقع. وقد يثير هذا الأمر الزعر بسبب أن السجل متوفر في أجهزة شركة فيسبوك منذ يوم اشتراك المستخدم. ويمكن بالتالي استخدامه لأغراض الاعلانات أو التجسس. وهو يشكل خطراً كبيراً على ملايين المستخدمين في حالة اختراق نظام الأمن الرقمي لفيسبوك ، سواء من الخارج أو من داخل الشركة ونشر هذه المعلومات أو بيعها، وإن حاول المستخدم (المراوغة) أو عدم تعديل ملفه في فترة الأيام السبعة المسموح بها، فلن يكثر فيسبوك بذلك

وسينشر الموجود بعد إنقضاء الفترة المذكورة وبالتالي تحويل حسابات جميع المستخدمين إلى الهيئة الجديدة في فترة قصيرة مع عدم توفير القدرة على العودة إلى الهيئة السابقة لصفحة المستخدم. في تحقيق أجرته صحيفة (صندي تايمز) البريطانية اعترفت شركة فيسبوك بالتجسس على مستخدميها وقالت إنها تقرأ الرسائل النصية في الهواتف الجوالة التي يقوم مستخدموها بتنزيل تعليق فيسبوك عليها، إلا أنها بررت ذلك بغرض اطلاق خدمة رسائل نصية للهواتف الذكية. لكن ما لم تقله فيسبوك أن بعض التطبيقات تتيح اعتراض المكالمات الهاتفية ، ما يعني التجسس على المكالمات أيضاً وليس الرسائل فقط. وبذلك يثبت فيسبوك أن لا شيء اسمه خصوصية ، طالما امتلأ الانترنت بالمشاغبين ومثيري الفوضى، لذا تجد لنفسها عدة مبررات لهذا التجسس، كما تجد مؤيدين لها في بعض تلك الحجج. فلدى الموقع ما يعرف بموظفي الحماية وهؤلاء يراقبون الموقع نفسه بأدق تفاصيله، كما يتم التعاون بينهم وبين الشرطة الفعلية في أماكن مختلفة حول العالم حيث يعدون بمثابة الشرطي الدولي. وهم يزودون الشرطة بالتفاصيل المطلوبة عن أي شخص يشتبه به، أو تطلب معلومات عنه من قبل الشرطة. كما يزيلون الحسابات الوهمية وصور التعري أو الصور ، أو التصريحات الإرهابية، ويحاولون منع إنتشار البريد المزعج كما أن لهم دوراً كبيراً في التصدي للهجمات التي طالت فيسبوك منذ فترة طويلة عندما توعدت جماعة (الانونيموس) أي عصابات الهاكر بتدميره تماماً. الغريب في الأمر أن فريق الحماية الذي يقوم بهذا كله لا يتعدى موظفوه ٢٥ موظفاً يقودهم (جوسوليفان) الحاصل على شهادة في القانون من جامعة ميامي عام ١٩٩٣ ويتحكم فريقه فيما يقرب من ٨٥٠ مليون مشترك في فيسبوك.

## ٢- شركة غوغل وسياسة الخصوصية :

إن شركة غوغل لديها مخزن من المعلومات والبيانات أكثر بعشرة أضعاف من مخزن فيسبوك وحققت عائدات من الإعلانات قيمتها ٣٦,٥ مليار دولار في عام ٢٠١١ عن طريق تحليل محتوى الرسائل التي أرسلها المستخدمون عبر موقع جي ميل gmail ونوعية المعلومات التي قاموا بالبحث عنها على شبكة الانترنت، ثم استخدام تلك البيانات في نشر الاعلانات وكغيرها من شركات النيت أعلنت غوغل عن تغيير اتفاقات خصوصية المستخدم بحيث يصبح بإمكانها دمج معلومات المستخدم التي تستقى من خدماتها الكثيرة، الأمر الذي يعني قدرتها على معرفة المزيد من المعلومات عنه، وخصوصاً بعد إطلاقها شبكة غوغل بلس google + التي بدأت بالانتشار. وأعلنت الشركة أن هذه التغيرات تنطلق اعتباراً من أول مارس ٢٠١٢ أي جميع المعلومات من خدمات البحث ويوتيوب وبريد غوغل وخرائط غوغل وصور بيكاسا ... الخ. وبذلك خفضت الشركة عدد الاتفاقيات المتعلقة بالخصوصية لخدماتها من ٦٠ إلى واحد فقط لتصبح أقصر وأسهل للقراء.<sup>(٣٧)</sup> وكانت هيئة التجارة الفدرالية الأمريكية قد اتخذت قراراً يجبر فيه غوغل على تسليم سجلات فحص الخصوصية للـ ٢٠ عاماً المقبلة ، وذلك بعد استكشاف الهيئة أن (غوغل) قد استخدمت استراتيجيات مخادعة وخرقت وعودها بحفظ خصوصية مستخدمي خدماتها. في فبراير ٢٠١٢ طلبت شركة (مايكروسوفت) من المفوضية الأوروبية التدخل في نزاع متعلق ببراءات اختراع قائم بينها وبين شركتي (غوغل) و(موتورولا) متهمتا شركة الهواتف الجوالة الأمريكية موتورولا بفرض رسوم مفرطة على استغلال

براءات اختراع (موتوريل) في منتجات (مايكروسوفت). كما تقدمت شركة مايكروسوفت وشركات أخرى عديدة بشكوى لمنظمي القوانين المضادة للاحتكار بالاتحاد الأوروبي بشأن أداة التواصل الاجتماعي الخاصة (غوغل)<sup>(٣٨)</sup>. إذن طالما أنك تستخدم الانترنت فأنت مراقب على مدار الساعات التي تقضيها على شبكته شئت أم أبيت. ومن المستغرب ظهور أصوات تنادي بتغيير (غوغل) لسياستها الخاصة بالخصوصية .. فكلما فعلته الشركة أن احترمت زوارها فأفصحت عما تفعله ، فيما كان يمكنها أن تفعل ما تريد دون أن يعلم أو يشعر أحد. وتقضي التغييرات الجديدة من (غوغل) بالاطلاع على جميع المعلومات والبيانات التي تتوافر لها عن مستخدمي شبكاتها وخدماتها المتنوعة. بما فيها شبكتها الاجتماعية المماثلة في العمل لبينة فيسبوك وتويتر (غوغل +) ولتحقيق أكبر قدر من استفادتها من الزوار ، فإنها لن تسمح باستخدام اللقب المستعارة أو عناوين البريد الوهمية أو أي تحايل في ذلك من قبل المستخدمين. تقول شركة غوغل أن الهدف من تلك التغييرات هو زيادة فعالية التجربة التي تقدمها لمستخدميها بالإضافة إلى تحديد أهداف أكثر دقة للمواد الاعلانية المنشورة للأشخاص المستهدفين بدقة عالية. وما يثير مخاوف المشتركين هو أن تخزين ملفات التعريف على أجهزة الكمبيوتر قد يجعل غوغل قادرة على تحديد مكان المستخدم بدقة وهذا ما يخشاه المحرمون وليس المواطن الصالح كما تقول الشركة. واعتباراً من ٢٠١٢/٣/١ بدأت غوغل في إنشاء صفحات أكثر شمولاً لمستخدميها عن طريق تتبع الأنشطة التي قاموا بها عبر مواقع الشبكة في الانترنت. ويشمل ذلك تتبع سلوكيات المستخدم بداية من مقاطع الفيديو التي يشاهدها في موقع (يوتيوب) إلى المفردات التي تمت كتابتها في محرك بحث غوغل. بما يمكن الشركة من بيع اعلانات تتناسب بشكل أفضل مع أذواق العملاء. ولن يكون بمقدور العملاء الانسحاب حيث تقول غوغل إنه إذا لم ترق للعملاء هذه التغييرات فيماكانهم التوقف عن الدخول إلى حساباتهم الشخصية أو حتى التوقف تماماً عن استعمال منتجات غوغل. لقد أثار تغيير سياسات الخصوصية في غوغل مخاوف مجموعات المشرعين والعملاء الذين يقولون أنه يتعين على غوغل جعل هذه التغييرات اختيارية،<sup>٣٩</sup>

### ٣-موقف شركة (تويتر) من حق الخصوصية:

تقول شركة تويتر إنها لن تمارس رقابة على المحتوى قبل أن تنشره وإنها لن تحذف مادة جارحة، بل فقط ستحذف أي مادة تعتقد أنها غير قانونية وصرحت بأنها تحاول اخطار المستخدمين الذين سيتم حجب رسائلهم من خلال إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني توضح لهم السبب. وتحدد الشركة مواقع مستخدميها من خلال النظر في المعرف الرقمي لأجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم (أي بي) أو هواتفهم المحمولة مع ذلك يسمح للمستخدمين بتعديل موقعهم من خلال اختيار (حول العالم) في حالة منع التغريدات في بلدهم. وتعد هذه الطريقة الأساسية لتفادي حجب النظام كلياً حيث يمكن لمستخدم في سوريا مثلاً تغيير موقعه ويختار (حول العالم). وقد نجحت هذه التجربة لتجنب الرقابة على النت. وتشير نتائج البحث في غوغل إلى شروط حذف أي محتوى بموجب قانون الدولة وفي حالة يوتيوب يمكن حجب أي محتوى بحسب البلد. ويمكن تلخيص اراء فينت سيرف نائب رئيس شركة غوغل عن الخصوصية والتحكم الحكومي في الاتي:- (٤٠)

١. ان شبكة الانترنت ما هي الا احدي التقنيات العديدة التي تم اختراعها بغية تسهيل التفاعل بين البشر مثلها مثل الكتب او الهواتف في الماضي.

٢. ليس من حق الفرد الدخول علي شبكة الانترنت ولكن من حقه ألا يجرم من دخول الانترنت اذا كان بإمكانه ذلك .

٣. ان فكرة محو الاشياء الموجودة علي الانترنت بطريقة أو أخرى هي فكرة سخيفة للغاية ويعود السبب في ذلك الي ان تكنولوجيا الانترنت تمكن من التقاط صور أو الحصول علي نسخة من مقالة مكتوبة وتحفظها علي حاسوبك الخاص وتستطيع تحميلها علي شبكة الانترنت اكثر من مرة ان كنت ترغب بذلك في مواقع متعددة، هل تتخيل مثلا ان يتم اجبار محركات البحث علي ان لا تظهر قائمه بذلك وما الجهة التي يمكنها تصنيف المعلومات التي يتعين اظهارها.

٤. تعكس كل هذه القضايا القلق المثار بشأن المعايير التي يجب اتباعها في التكنولوجيا الرقمية، ويمكن تداولها مع اشخاص اخرين بنفس القدر الموجود حاليا الشيء الذي يؤدي الي تفاقم هذه المشكلة هو ان هذه المعلومات هي معلومات رقمية، ويمكن تداولها بكل سهولة ويسر، ولا توجد حتي الان اعراف اجتماعيه يجب اتباعها في هذا الاطار.

٥. ان وجود الحدود الوطنية بين الدول علاوة على اختلاف الثقافات والعادات يجعل من الصعب وضع معايير موحدة في جميع انحاء العالم . وستكون هذه الاختلافات ظاهرة طارئه- بسبب اختلاف النظم السياسية والاجتماعية.

٦. عندما تم تصميم نطاقات وضعت اساسا كشبكة غير رقمية -ولكن تم تصميم نطاقات وطنية لاسباب تتعلق باللغة- بهدف التواصل مع المستخدمين .

٧. ان الشركات التي تزود خدمات الانترنت او تقدم تطبيقاتها من خلالها تعمل تحت اشراف هيئات تشريعية وطنية تحتاج للحصول علي تراخيص منها للعمل لذلك فانهم يمثلون من البداية لقوانين ولوائح الدولة التي يعملون داخلها وبالتالي لم يكن من الممكن لاي شركة انتهاك قوانين تلك الدولة- وهذا ما واجهته غوغل في الصين.

٨. ان شبكة الانترنت لا توجد في مساحة افتراضية، لكنها قائمة في منطقة حقيقية لها نظم سياسية واقتصادية تحكمها.

٩. علي شركات الانترنت والمؤسسات العمل في العالم الواقعي ،بقوانين حقيقية في كل مكان توجد فيه حدود اختصاصات قضائية يجب وضع ذلك في الحسبان .

١٠. بإمكانك ان تحاول تجاهل القوانين، وتامل في ان تفلت بفعلتك هذه او قد تلتزم بالقوانين-وهو اسلوب بقاء افضل(من الناحية التجارية طبعا).

١١. يجب محاربة اشكال التطفل مثل قانون منع القرصنة علي الانترنت(سوبا) وقانون حماية الملكية الفكرية(بيبا). وربما في المستقبل تظهر تشريعات اخري لتاميم شبكة الانترنت.

١٢. ان الحكومات لديها احساس بالمسئولية عن حماية مواطنيها من الضرر ولهذا توجد قوانين.

١٣. من المرغوب فيه بالنسبة للناس ان تتوفر لهم القدرة علي استخدام الانترنت مع توقعهم انهم محميون من حوادث سرقة الهوية او الاطلاع بشكل غير مصرح به علي معلوماتهم الشخصية. من بينهما سجلاتهم المالية والطبية. او من التهديدات المباشرة، كالسب والقذف والتشهير، لذلك فان تامين التواصل بحرية يقع علي كاهل الحكومات.

١٤. يقوم غوغل بتنقية المحتوى وفقا للقواعد الوطنية المتبعة في بعض الدول، علي سبيل المثال في فرنسا والمانيا يتم تنقية المحتوى الخاص بذكرات العهد النازي ولكن نظرا لان مثل هذا النوع من المحتوى مسموح به في مناطق اخرى.

١٥. ان اشكال الدعاية السيئة المكتوبة من دون الكشف عن هويات، حرضت علي الثورة والاستقلال وكان احد الاسباب المنطقية وراء التعديل الاول الذي تم ادخاله علي الدستور الامريكى هو تنظيم هذا الحق في التعبير مجهول المصدر، والذي نظر اليه المؤسسون بوصفه مفتاحا لتمكين العامه من تنظيم صفوفهم والثورة، وقد ضمن ذلك حرية التعبير من دون الحاق أي ضرر بالمواطن.

١٦. ان محاولة توجيه التكنولوجيا لمنع السلوكيات السيئة، ليست بالعمل الذي يجب ان ننتهجه لمجتمع حر، ويأتي هذا مشابها بشكل كبير لفكرة (حق النسيان) تتمثل احدي سبل تقويم السلوك السيئ ببساطة في سن القوانين التي تحظر السلوكيات السيئة. واذا تم الامسك بالشخص الذي يأتي بسلوك تكون هناك عواقب بهذه الطريقة- لا. محاولة برمجة السلوك الجيد يجب ان يعمل اي مجتمع حر.

## مظاهر انتهاك الخصوصية في الإعلام الجديد:-

### ١- التجسس علي الهواتف الجواله:- (٤١)

في عام ٢٠١١ كشف باحث مختص في أمن تقنية المعلومات يدعى (تريفور) من خلال شريط فيديو عرضه في موقع يوتيوب عن أن جميع أجهزة الأبل والبلاك بيري والأتش تي سي HTC والآيفون تخضع لسيطرة كاملة من شركة استخبارات أمريكية. وعرض من خلال الفيديو الذي حظي بنسبة مشاهدة عالية ، وجود برنامج أشبه بفايروس خفي يعمل دون معرفة صاحب الهاتف على تسجيل موقع الهاتف وكل ما يقوم به صاحبه على الانترنت أو المكالمات والرسائل ويرسل النصوص التي يتلقاها إلى شركة @carrier1 حتى بعد وضع الهاتف لحالته الأولية كما ورد من المصنع. وسارعت شركة (أبل) إلى الاعلان عن توقفها التام عن تضمين البرنامج التجسسي الذي يعرف باسم @carrier1 والذي يعمل على تسجيل جميع تحركات ونقرات مستخدمى هاتفها الآي فون. وحذفت البرنامج عن جميع الأجهزة التي تعمل بنظام التشغيل 10s5 — وظنت الشركة أنها نأت بنفسها عن مشاكل غير محتملة مع مستخدمى هواتفها في البلاد الأجنبية، لكنها لم تدرك أنها بذلك تدين الشركات الأخرى. وللتخفيف من كلمة (استخبارية) برر مختصون في شركة أبل إنها لا تعمل (أي الشركة) لصالح دول أو منظمات ، وإنما ترسل المعلومات إلى شركات الاتصالات ومصنعي الهواتف الجواله لاستخدامها في تحليل أساليب استخدام الجوال ومعرفة أي عيوب محتملة في الخدمات وقال

(أبل) إن أي معلومات ترسل إلى شركة @carrier1 من خلال أجهزتها تستدعي اخبار المشترك بذلك وأنه يجري تمكين عمل برنامج التجسس @carrier1 لدى موافقة المستخدم على السماح بإرسال بيانات تشخيصية للصيانة Diagnostic Data لشركة (أبل) وهي خطوات تظهر عند تحديث نظام التشغيل أو بالاختيار اليدوي من إعدادات الهاتف. وما يزيد من قوة التخوف الذي أبداه مستخدموا الأجهزة الذكية أن البرنامج التجسسي يواصل عمله في حال عدم إشارة إتصال بشبكة الجوال. كما يمكنه التجسس لدى الاتصال بشبكات (واي فاي) ليرسل للشركة ما يسجله.<sup>٤٢</sup>

## ٢-التجسس على اجهزة الحاسوب واختراق الحسابات:

أثبت فريق من الباحثين في جامعة كولومبيا عام ٢٠١١ إنه يمكن استخدام الطابعات المتصلة بشبكة الانترنت لاختراق أجهزة الكمبيوتر. حيث قام الباحثون باختيار طابعات لشركة معروفة بعد أن قاموا بتوصيلها بشبكة الانترنت وتمكنوا بالفعل من خلال خاصية Remote Firmware Update وهي خاصية تقوم بالتحقق من طرح أي تحديث للطابعة مع بداية أية مهمة طباعة — وكشفوا اختراق أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالطابعات إذ يمكن للقراصنة الاحتيال على المستخدم لتثبيت Firmware خبيث من تصميمهم مختص لهذا الغرض ، وهو ما يضمن لهم التحكم التام في الطابعة. في عام ٢٠١١ تعرضت شركة (سوني) لأكبر اختراق خلال العام حيث استطاعت مجموعة من مختربي الكمبيوتر (هاكرز) الدخول إلى شبكة (بلي ستيشن) وسرقة جميع المعلومات الشخصية المتعلقة بما يقارب ٧٧ مليون مستخدم بما في ذلك البريد الإلكتروني وكلمة السر ، مما اضطر شركة سوني إلى إيقاف الخدمة لمدة ٢٣ يوماً. وبعد عودة الشبكة للعمل عرضت على الاعبين مجموعة ألعاب مجانية كتعويض عن الانقطاع وفي مطلع ٢٠١٢ تمكن أحد القراصنة (الهاكرز) من اختراق حسابات آلاف الإسرائيليين ونشر أرقام بطاقاتهم الائتمانية على الملأ — حيث اهتمت اسرائيل بأن الهاكرز سعودي الجنسية. وقد دعمت مئات من الشركات الأخرى مخزن البيانات الخاصة بمستخدميها المتاح على الانترنت بنوع من برامج التجسس تعرف باسم (كويكز) أو غيرها من آليات اختراق أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالمستخدمين وبرامج التصفح التي يستخدمها. وتملك شركة (ليكسس نيكسيس) منتجاً يحمل اسم (كونيت) لتفعيل القوانين والذي يزود الوكلاء الحكوميين بمعلومات عن الأنشطة التي يقوم بها الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي. وتجري خدمة العوائد الداخلية عمليات بحث على موقعي (فيسبوك وماي سبيس) لإيجاد أدلة على دخل المتهربين من الضرائب وأماكنهم كذلك عرف عن هيئة خدمات المواطنين والهجرة الأمريكية فحص الصور والرسائل المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي للتحقق من العلاقات الأسرية ، أو مكافحة الزواج الصوري وأحياناً ما يقرر أصحاب العمل ما إذا كانوا سيقومون بتعيين مرشحين لشغل وظائف أم لا، اعتماداً على ملفاتهم الشخصية على الانترنت. أشارت نتائج دراسة أمريكية إلى أن ٧٠% من متعهدي توريد العاملين واختصاصي الموارد البشرية في الولايات المتحدة ، قد استبعدوا عدد من المرشحين اعتماداً على البيانات التي يتم العثور عليها من الانترنت. وتقوم شركة (سيوكيو) بجمع بيانات على الانترنت لأصحاب العمل العامة أو أي شخص آخر يرغب في الحصول على هذه البيانات حتى أن

الشركة تنشر اعلانات تحت متعهدي توريد العاملين بالموارد البشرية نصها : (أنقر هنا الآن). ونظراً لعدم وجود قوانين تنظم أنواع البيانات التي تستطيع هذه الشركات الحصول عليها من جامعي البيانات من الانترنت فإنهم يفرضون قواعدهم الخاصة. وفي عام ٢٠٠٧ و ٢٠٠٨ تعاقدت شركة الإعلانات على الانترنت (نيوآد) مع ٦ من مزوري خدمات الانترنت من أجل تثبيت أجهزة تراقب الأنشطة التي يقوم بها المستخدمون للانترنت ، وتنقل تلك البيانات إلى خوادم شركة (نيوآد) لتحليلها واستخدامها في التسويق على مدار فترة مقدارها ٦ شهور تقريباً. وفي ضوء ذلك الاتفاق قامت شركة (نيوآد) بنسخ كل رسالة بريد الكتروني أو عملية بحث في الانترنت ، أو عملية شراء لـ ٤ ألف شخص على الانترنت من دون علمهم. ولدى شركات أخرى مثل (هيلث لاين نيت) المحدودة قيود داخلية فيما يتعلق بمهية المعلومات الخاصة التي تقوم بجمعها. تقول (لورى أندروز) — تتعارض ممارسات جامعي البيانات مع ما يقول الناس أنهم يرغبون فيه. وكشف استطلاع رأي أجرته مجلة (كونسيومر ريبورتس) Consumer Reports في عام ٢٠٠٨ لألفي شخص عن أن ٩٣% منهم يرون أن شركات الانترنت يجب أن تطلب تصريحاً منهم قبل استخدام معلوماتهم الشخصية. فيما أبدى ٧٢% رغبتهم في أن يستثنوا من التعقب الإلكتروني. وكشفت دراسة أخرى أجرتها شركة (سيرفي ريسيرش أسوسيشن) Serve Research Associations في عام ٢٠٠٩ باستخدام عينة عشوائية من ١٠٠٠ شخص عن أن ٦٩% يرون أن الولايات المتحدة يجب أن تتبنى قانوناً يمنح الناس الحق في معرفة ماهية المعلومات التي يعرفها أي موقع الكتروني عنهم. وطالب المبحوثون بالحاجة إلى قانون (عدم تعقب) مماثل لقانون (عدم الاتصال) وحتى مطلع ٢٠١٢ لا تخضع شركات الانترنت لقانون يسألها بشأن استغلالها لمعلومات مستخدمي الانترنت.

### ٣-توظيف المعلومات الشخصية في شركات الاعلان التجاري :

وفقاً للكاتب البريطاني (ديفيد كروكس) فإن ثمن كل سجلاتك الشخصية على هاتفك الجوال تبلغ نحو ١٠٠ دولار ويستهدفها أولاً اللصوص الذين يرغبون في انتحال الهوية الشخصية لك، وأيضاً ممثلو مبيعات الشركات بهدف التعرف على احتياجاتك وتسويق بضائعها. أما سرقة رقم حسابك المصرفي فقد تكلفك من ٣ إلى ٦% من كل رصيدك في المصرف. وإن كنت من مغامري الانترنت فإن وضع برنامج مراقبة الأوامر التي تصدرها بكبس أزرار لوحة المفاتيح تتيح للصوص المغامرة بحسابك وخسارة أموالك وتحويل المبالغ المالية في حالة الربح إلى جيوبهم. ويقول خبراء تقنية المعلومات إن المعطيات الرقمية هي التي ستشكل ملامح اقتصاد القرن ٢١ الرقمي .. ففي الدورة الأخيرة لمؤتمر (ديجيتال لايف ديزاين) أي تصاميم الحياة الرقمية الذي يعقد سنوياً في ميونخ بألمانيا بحضور مجموعة من خبراء التقنيات الجديدة ظهر خط التصادم بين تيارين :٤٣

١- تيار يحذر من التغلغل في البيانات الشخصية ونشرها.

٢- تيار يدعوا إلى رفع منزلة تلك البيانات لنشر الإبداع الشخصي.

إلا أن التياران اتفقا على أن المعطيات الرقمية هي التي ستمثل الوقود الحيوي للقرن ٢١.

وقال ريدنق : إن تهديد الحريات الفردية في العصر الرقمي يأتي من الشركات التي توظف البيانات الشخصية



لكسب الربح وذلك بشرائها البيانات الخاصة جداً بهدف الاثراء وطالبت بإصدار قوانين توائم عصر الشبكات الاجتماعية بهدف الحد من الاستخدام العشوائي للبيانات من قبل الشركات ومنها تشريعات بمنح أي شخص حق نسيان بياناته الالكترونية على شبكات فيسبوك وتويتر أي حذفها.<sup>٤٤</sup>

### ثمن البيانات :

سجلات الهواتف الجواله ثمنها ١٠٠ دولار يسرقها لصوص ينتحلون صفة صاحب الهاتف للتحادث مع مسؤولي شركة الاتصالات بهدف الحصول على البيانات لرصد حركات الشخص بل وحتى موقع سكنه وتربح بعض الشركات المتلصصة نحو ٤٨ ألف دولار شهرياً عند المتاجرة غير المشروعة بهذه البيانات ٢- رقم حساب رصيدك في البنك ٣- بطاقة الائتمان ٤- اشتراك تويتر وفيسبوك وموقع بيال والعنوان الالكتروني وموقع إي باي e buy واستهداف كمبيوترك بالفيروسات ... الخ.<sup>٤٥</sup>

### خاتمة واستنتاجات البحث

في ضوء ذلك يمكن الخروج بالاستنتاجات الآتية :-

- ١- إن التطورات التكنولوجية الجديدة والتي شكلت وسائط الإعلام الدولي الجديد، لم تلغ تماماً مؤسسات الإعلام التقليدي من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وإنما اندمجت فيها، فظهرت جميع هذه الوسائل التقليدية في مواقع الإعلام الجديد مع التراجع الملحوظ للصحافة المطبوعة لصالح الصحافة الالكترونية والمدونات.
- ٢- ظهر التراجع المريع في أخلاقيات المهنة الإعلامية من حيث المصادقية والدقة والموضوعية مع تزايد الانتهاكات للخصوصية وحق الملكية.
- ٣- لا توجد لخصوصية الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي ووسائط الإعلام الجديد، أي ضمانات أو حماية.. فالمعلومات الشخصية لأي مشترك تباع علناً لشركات الإعلان التجاري وباعتراف الشبكات الاجتماعية نفسها.

### التوصيات والمقترحات

- ١- يقترح الباحث بأن تعمل بلدان العالم الثالث من خلال الجمعية العامة للأمم المتحدة والمنظمات الدولية المعنية بوضع ميثاق دولي يضع معايير وضوابط تنظم عمل الانترنت والصناعات الثقافية بوجه عام تحت إشراف المنظمة الدولية للاتصالات السلكية واللاسلكية، من دون المساس بحرية التعبير والميزات الإيجابية للإعلام الجديد.
- ٢- المنظمات الإعلامية الدولية كالاتحاد الدولي للصحفيين والاتحاد العالمي للإذاعة والتلفزيون والمنظمات الإعلامية على المستوى الوطني والإقليمي بإمكانها التحرك المشترك بهدف الحفاظ على أخلاقيات المهنة الإعلامية وتقاليدها مع استيعاب العاملين في مجال الإعلام الجديد من مدونات وصحف الكترونية وغيرها، وذلك بالتنسيق مع اليونسكو.. بهدف الاتفاق على تعريفات علمية للإعلام الجديد والمصطلحات المتفرعة عنه.

- ٣- إجراء المزيد من الدراسات العلمية بهدف رصد سلبيات وإيجابيات الإعلام الدولي الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على المجتمع لاسيما الأطفال والشباب.
- ٤- البلدان الإسلامية والعربية مطالبة بتوطين تكنولوجيا الاتصال الجديد وتوسيع جاهزيتها للدخول في مجتمع المعلومات وتوظيفه في اتجاه ما يسمى باقتصاد المعرفة.
- ٥- أقسام وكليات الإعلام وعلوم الاتصال بالجامعات - لاسيما العربية منها- مطالبة بتحديث مناهجها بحيث تستوعب الإعلام الجديد بكل تقنياته ووسائطه مع التأكيد على التكوين المهني والثقافي المتعلق بأخلاق المهنة علاوة على التدريب العملي والتطبيقي.
- ٦- أن تعمل المنظمات المهنية بالتنسيق مع الحكومات على وضع شروط لممارسة المهنة الصحفية والإعلامية على رأسها التخصص الأكاديمي والتدريب العملي.

### الهوامش والمصادر

١. جون فان لوبن ،تكنولوجيا الاعلام : روى نقدية ترجمة شويكار زكى . مجموعة النيل العربية القاهرة ٢٠٠٩
٢. د . محمد عيد الحميد ، الاتصالات والاعلام على شبكة الانترنت . عالم الكتب ، القاهرة ٢٠٠٧
٣. د. الصادق رابح، فضاءات رقمية ،قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات .دار النهضة العربية بيروت ٢٠١٣
٤. د . محمد عبد الحميد المدونات الاعلام البديل عالم الكتب و القاهرة ٢٠٠٩
٥. د/ صالح عبد الرحمن محمد آل ورتان، المصادر الإخبارية في الانترنت. دار وجود للنشر والتوزيع ط١ الرياض ٢٠١١ ص٧٨.
٦. د. انتصار إبراهيم عبدالرزاق، ود. صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد. سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع. جامعة بغداد. الكتاب الأول- النسخة الالكترونية بغداد ٢٠١١
٧. دراسة برناد بوليه: نهاية الصحف ومستقبل الإعلام
٨. عبدالرحمن بن عبدالعزيز الهزاع. رؤى ومشاهدات في الإعلام والثقافة. مكتبة العبيكان. ط١- الرياض، ٢٠١٢، ص٩٨.
٩. د. عبد القادر بن عبد الله الفتوح، الجريمة في الانترنت وطرق الحماية منه. مكتبة العبيكان ط١، الرياض ٢٠١٢، ص ص ١٤٥-١٥٥.
١٠. د. فاضل البدراني، الإعلام وصناعة العقول. منتدى المعارف بيروت ٢٠١٢.
١١. ديفيد راندال، الصحفي العالمي. ترجمة معين الأمام، مكتبة العبيكان ط١ الرياض، ٢٠٠٧.
١٢. د . محمد عبد الحميد ، المدونات : الإعلام البديل ، عالم الكتب . القاهرة ٢٠٠٩ ص٢٠٨
١٣. جوست فان لوبن ، تكنولوجيا الاتصال : رؤى نقدية . ترجمة شوقي وزكي . مجموعة النيل العربية . القاهرة ٢٠٠٥ ص ١٥٢

- ١٤ . ديفيد راندال ، الصحفي العالمي ، ترجمة معين الإمام . مكتبة العبيكان الرياض ٢٠٠٧ ص ٣٣٧
- ١٥ . د . سعود صالح كاتب ، الإعلام القديم والإعلام الجديد : هل الصحافة المطبوعة في طريقها للإقراض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض ٢٠٠٢ ص ٣١٢ .
- ١٦ . جوست فان لوول ، تكنولوجيا الإعلام ، مصدر سابق ص ١٦٤
- ١٧ . المصدر السابق ص ٧٠
- ١٨ . المصدر السابق نفسه ص ١٥٤
- ١٩ . د. الصادق رابح، فضاءات رقمية : قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات دار النهضة العربية بيروت ٢٠١٣
- ٢٠ . المصدر السابق ص ٢٦٢
- ٢١ . د. محمد عبد الحميد، المدونات ، الإعلام البديل ، عالم الكتب القاهرة ٢٠٠٩ ص ١٠٩
- ٢٢ . د. محمد عبد الحميد، الاتصال والأعلام على شبكة الانترنت . مصدر سابق ص ١٧٢-١٧٣
- ٢٣ . د. الصادق رابح، فضاءات رقمية. مصدر سابق ص ٢٦٦-٢٦٧
- ٢٤ . د. محمد عبد الحميد، المدونات - الإعلام البديل . مصدر سابق ص ١٢٠
- ٢٥ . جمال سندي السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك عرض د . مرتضى الجعلي مجلة رؤية استراتيجية يونيو ٢٠١٣ ص ١٥١ .
- ٢٦ . د . محمد عبد الحميد ، المدونات الإعلام البديل . مصدر سابق ص ١١٩ .
- ٢٧ . د. سعود صالح كاتب، الإعلام القديم والأعلام الجديد . مصدر سابق ص ٣١٩
- ٢٨ . د. أديب حضور، ما الخصوصية : تأصيل المفهوم ودعوة للحوار حول مضامينه . مركز أسبار للدراسات الاعلامية ، قضية الشهر ٢٠٠٧ . انظر موقع اسبار لبحوث ودراسات الاعلام
- ٢٩ . الأعلام ما بين الحرية وانتهاك الخصوصية . جريدة الوطن الالكترونية ( تقرير ) بتاريخ ٢٠١٤/٣/١٦ .
- ٣٠ . هدى الصالح، حق النسيان . الشرق الاوسط ٢٠١٥/١/٥ ملحق الاعلام
- ٣١ . جريدة الحياة ، أمريكا تناقش الحقوق الالكترونية في ظل برنامج الرقابة الشاملة تقرير بتاريخ ٢٠١٤/٢/٢٤ .
- ٣٢ . تقرير الشرق الأوسط ٢٠١٤/١٢/٢٦ .
- ٣٣ . انظر شروط الخصوصية في موقع غوغل . [www.google.com](http://www.google.com)
- ٣٤ . أنظر، صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ ٤ / ٣ / ٢٠١٢ - ( تقرير ) .
- ٣٥ . أنظر، صحيفة الشرق الأوسط عدد ٤ / ٣ / ٢٠١٢ .
- ٣٦ . المنفوخ ، الجريمة في الانترنت ص ص ٢٠٦ - ٢٠٧ .
- ٣٧ . جريدة الوطن السعودية ملحق هايتك العدد ٢٧ بتاريخ ٢١-٢-٢٠١٢

- ٣٨ . جريدة الوطن السعودية ملحق هايتك العدد ٣٣ بتاريخ ٨ -٣- ٢٠١٢
- ٣٩ . جريدة الشرق الاوسط بتاريخ ٢٧-١-٢٠١٢
- ٤٠ . جريدة الشرق الاوسط ٢-٣- ٢٠١٢
- ٤١ . جريدة الشرق الاوسط بتاريخ ٤-٣-٢٠١٢
- ٤٢ . قينت سيرف (مقابلة) ملحق الاعلام بجريدة الشرق الاوسط العدد ١٢١٦١ بتاريخ ١٥-٣-٢٠١٢
- ٤٣ . المصدر السابق نفسه.
- ٤٤ . المصدر السابق
- ٤٥ . المصدر السابق